

Beursgang Bol.com moet webwinkel Delhaize aanvuren



De Standaard* - 16 Nov. 2021
Pagina 18

* De Standaard/West-Vlaanderen, De Standaard/Oost-Vlaanderen, De Standaard/Antwerpen, De Standaard/Vlaams-Brabant/Brussel, De Standaard/Limburg

Bol.com moet meer dan ooit een groeimotor worden voor Ahold Delhaize, dat ook de webshops van zijn supermarktketens fors wil doen groeien.

Ahold Delhaize, het Nederlandse moederbedrijf boven onder meer supermarkten Delhaize en Albert Heijn, wil zijn onlinewinkel Bol.com volgend jaar gedeeltelijk naar de beurs brengen. Dat heeft het bedrijf gisteren aangekondigd naar aanleiding van zijn beleggersdag, waarop het zijn groeistrategie uit de doeken deed.

Ahold Delhaize wil slechts een deel van Bol.com naar de beurs van Amsterdam brengen, en behoudt 'significante controle' over de webwinkel, die het sinds 2012 in bezit heeft. Met de gedeeltelijke beursgang wil Ahold Delhaize niet alleen extra kapitaal ophalen om verder te investeren in de groei van Bol.com, maar hoopt het ook de webwinkels van zijn supermarkten te doen floreren.

'De pandemie heeft het consumentengedrag blijvend veranderd', zei Frans Muller, voorzitter en ceo van Ahold Delhaize, gisteren in een gesprek met journalisten. 'Mensen winkelen meer online en willen overal en op ieder moment kunnen bestellen.' Ahold Delhaize wil zijn omzet tegen 2025 met 10 miljard euro doen groeien (tegenover 75 miljard vandaag) en rekent erop dat de helft van die groei uit e-commerce zal komen - waarvoor die activiteit in dezelfde periode zou moeten verdubbelen.

Moeilijke weg naar winst

Maar groei alleen is niet voldoende, zegt Muller. De e-commerce-activiteiten van Ahold Delhaize moeten tegen 2025 ook winstgevend zijn. Terwijl Bol.com - waar ook 48.000 zelfstandigen hun producten via het platform verkopen - dit jaar 150 à 170 miljoen euro brutowinst (ebitda) verwacht te maken op 5,5 miljard euro omzet, zijn de webshops van onder meer Delhaize of Albert Heijn nog lang niet rendabel.

'Verse producten leveren is dan ook veel moeilijker dan het bezorgen van pakjes', zegt Roel Gevaers, professor aan de UAntwerpen en specialist logistiek. 'Bol.com besteedt de bezorging van pakjes grotendeels uit aan bedrijven als PostNL of Bpost, maar supermarkten zoals Delhaize moeten zelf de levering doen, met eigen gekoelde bestelwagens. Ze kunnen daarbij minder bestellingen bundelen en zijn meer aan tijdsloten gebonden, omdat de producten vers zijn. Ten slotte is de wetgeving voor voeding strenger. Dat alles maakt dat de levering van verse voeding al snel drie tot vijf keer duurder is dan de bezorging van pakjes.'

Interessante combinatie

Wouter Kolk, de Europese topman van Ahold Delhaize, erkent dat er grote verschillen zijn tussen food en non-food. 'Maar de combinatie kan voor ons interessant zijn', zegt hij. Zo is er meer samenwerking in de marketing mogelijk, met gedeelde loyaliteitsprogramma's, die trouwe klanten van de verschillende merken belonen. 'En wie online vlees voor de barbecue koopt bij Delhaize, krijgt meteen ook de mogelijkheid een barbecue bij Bol.com te bestellen', zegt Kolk.

Met de gedeeltelijke beursgang hoopt Ahold Delhaize meer te investeren in de verdere automatisering en digitalisering. Maar ook een betere coördinatie van de verschillende logistieke ketens wordt bestudeerd. 'Het verkeer neemt alleen maar toe, en we zijn ons heel bewust van de milieu-impact van e-commerce', zegt Kolk. Door het leveren en ophalen van retours meer te combineren, hoopt Ahold Delhaize die impact te verminderen en efficiënter te kunnen werken. 'De bezorgbusjes van Delhaize rijden ook langs Bol.com-klanten', zegt Kolk. Zij zouden retours voor Bol.com kunnen oppikken 'om niet met lege busjes door de stad te moeten rijden'.

Ahold Delhaize plant daarvoor een pilootproject. 'Retours kosten veel geld en zijn een grote aderlating voor webwinkels', zegt Gevaers. 'Het is normaal dat Ahold Delhaize die meer wil stroomlijnen, maar het wordt geen makkelijke puzzel, want de logistieke ketens van verse voeding en pakjes zijn heel verschillend.'

Moeilijk beursklimaat

Hoeveel Bol.com-aandelen Ahold Delhaize op de beurs wil laten noteren, en tegen welke waardering, is nog niet bekend. Meer nog: of Bol.com volgend jaar ook daadwerkelijk op de Amsterdamse beurs noteert, zal afhangen van het beurs sentiment. 'De actuele -omstandigheden zijn niet makkelijk', gaf Muller toe. Terwijl corona e-commerce in een stroomversnelling deed terechtkomen, is de groei de afgelopen maanden - sinds de heropening van fysieke winkels - teruggefallen. Daardoor is ook het beurs sentiment gekeerd (DS 30 oktober). Coolblue, een concurrent van Bol.com, blies vorige maand nog zijn beursgang af, omdat beleggers niet enthousiast genoeg bleken (DS 14 oktober).

Korneel Delbeke

Copyright © 2021 Mediahuis. Alle rechten voorbehouden